

**PENGARUH PENGUATAN PERIKLANAN, EKUITAS MEREK
DAN PROMOSI HARGA TERHADAP NIAT BELI
PEMBALUT CHARM DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian Program
Pendidikan Strata Satu Jurusan Manajemen



Oleh :

GREDA FARADILA SULISTIYA UTAMI

NIM : 2010210503

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2015

**PENGARUH PENGUATAN PERIKLANAN, EKUITAS MEREK
DAN PROMOSI HARGA TERHADAP NIAT BELI
PEMBALUT CHARM DI SURABAYA**

diajukan oleh:

GREDA FARADILA SULISTIYA UTAMI

NIM : 2010 210 503

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing

Tanggal : 27 April 2015



Dr. BASUKI RACHMAT, SE.,MM

SKRIPSI

**PENGARUH PENGUATAN PERIKLANAN, EKUITAS MEREK
DAN PROMOSI HARGA TERHADAP NIAT BELI
PEMBALUT CHARM DI SURABAYA**

disusun oleh :

GREDA FARADILA SULISTIYA UTAMI

2010210503

dipertahankan didepan tim penguji
dan dinyatakan lulus ujian skripsi
pada tanggal 20 Agustus 2015

Tim Penguji

Ketua : **Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si.** 

Sekretaris : **Dr. Basuki Rachmat, SE., MM** 

Anggota : **Dra. Lindiawati, M.M** 

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Greda Faradila Sulistiya Utami
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 26 Januari 1993
N.IM : 2010210503
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Pemasaran
Judul: : Pengaruh Penguatan periklanan, ekuitas merek dan promosi harga terhadap niat beli pembalut charm di surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen

Tanggal : 26 oktober 2015



(Dr. Muazroh, S.E., M.T)

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 23 oktober 2015



(Dr. Basuki Rachmat, SE., MM)

MOTTO :

Kabeh Manungsa Duwe

Tujuan Arep Ngandi Uripe.

Ora Penting Sepira Abote Dalane.

Sing Penting Pas Golek Kancane.

Ora Ana Kamulyan

Sing Ora Ngliwati

Sukur Rikala Senenge

Lan Sabar Rikala Susahe

PERSEMBAHAN

Saya ucapkan terima kasih kepada :

1. Terima Kasih Kepada Allah Swt Yang Telah Memberikan Kesempatan, Kemudahan Serta Kelancaran Saya Dalam Menempuh Studi Sampai Menyelesaikan Skripsi Ini Dengan Baik.
2. Terima Kasih Kepada Keluargaku Terutama Kedua Orang Tua Saya Bapak H. Sulistiyono Dan Ibu Hj. Eka Nuryana Yang Telah Merawat, Menjaga, Menyayangi Sampai Mendidik Saya Menjadi Seperti Sekarang. Terima Kasih Atas Doanya Semoga Allah Mendengar Dan Mengabulkan Doa Mama Papa. ♥♥♥♥♥♥
3. Terima Kasih Untuk Mas Tyo, Mbak Diyah Serta Kedua Keponakanku Shafira Dan Alviano. Terima Kasih Atas Nasihat-Nasihat Mulai Dari Hal Kuliah Sampai Urusan Hati. ♥♥♥♥
4. Terima Kasih Kepada Keluarga Kedua Ku Sekaligus Sahabat-Sahabat Ku Tercinta Agnes Viana Putri Dan Riztia Nur widiani. Kalian Yang Selalu Ngobrak-Ngobrak Aku Kalau Aku Lagi

Males Ngerjain Skripsi, Omelan-Omelan Kalian Itu Membakar Semangatku Buat Nyelesein Skripsi Ini Dan Akhirnya Selesai Juga. Semoga Persahabatan Kita Langgeng, Kita SUKSES Ya – Gta ♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥

5. Buat Nesia Riski Y., ETTY W.W.Y, Terimakasih Udah Nemenin Waktu-Waktu Kuliah, Gila-Gilaan Bareng. Kita SUKSES Ya ♥♥♥♥

6. Terima Kasih Untuk Semua Keluarga Tennis Lapangan Sudah Menjadi Bagian Perjalanan Ku, Memberikan Pengalaman Yang Seru Dan Asyik. ♥♥

7. Terima Kasih Untuk Jeany Agnes, Hesti Nur Isnaini, Rut Wury Handayani Sudah Nemenin, Bareng-Bareng Ngerjain Skripsi Ini Sampai Akhirnya Kita Wisuda Bareng. Kita SUKSES ya ...♥♥♥♥

8. Terima Kasih untuk abang-abangku Loyn Nebokatnezhar dan Eko Denariansyah. Sudah nemenin, sudah jagain, dan akhirnya kita lulus dan wisuda bareng. Sukses buat kita ya ♥♥♥♥♥♥

9. Terima kasih untuk dosen wali saya ibu lindiawati telah membimbing saya dari semester awal sampai dengan saya lulus

bu.. terima kasih atas nasihat-nasihat ibu yang nantinya akan menjadi bekal saya kelak menjadi orang sukses.

10. Terima kasih untuk dosen pembimbing saya bapak basuki rachmat yang telah membimbing, membantu saya dalam menyelesaikan skripsi saya.

11. Terima kasih untuk semua yang pernah singgah di hati dan menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Kalian adalah seseorang yang dipercayakan Allah untuk menjaga saya namun hanya sementara. Semoga kita masih bisa bersaudara ya...

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, hidayah dan Inayah-Nya, melalui ilmu-Nya yang Maha Luas dan tak terkira sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Penguatan Periklanan, Ekuitas Merek Dan Promosi Harga Terhadap Niat Beli Pembalut Charm di Surabaya”** dengan tepat waktu. Shalawat serta salam juga peneliti panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, karena beliau yang telah membimbing umat manusia menuju jalan yang terang dan di Ridho'i Allah SWT.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Strata Satu Jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Selama penulis melakukan penyusunan skripsi ini banyak kendala dan kesulitan yang sering kali menghambat penulis dalam penyusunannya. Dengan berbagai nasehat serta dukungan dan semangat yang diberikan oleh berbagai pihak maka dapat memotivasi penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuannya demi terselesaikannya skripsi ini, antara lain :

1. Bapak Lutfi, S.E., M. Fin, selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T, selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dra. Lindiawati, M.M. selaku Dosen Wali yang telah membimbing peneliti selama menempuh studi di STIE Perbanas Surabaya.
4. Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang berperan sangat penting atas terselesainya penulisan skripsi ini kerana banyak meluangkan waktu memberikan bimbingan, arahan dan

pengetahuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

5. Bapak Ibu Dosen STIE Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu kepada penulis selama proses pembelajaran.
6. Seluruh Civitas Akademika STIE Perbanas Surabaya.
7. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, menuntun peneliti dengan sabar serta doa restu yang selalu diberikan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan lancar.

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun peneliti harapkan agar dapat melahirkan berbagai inovasi dan inspirasi kepada orang lain serta dapat memberikan kontribusi positif yang jauh lebih baik dari peneliti. Harapan peneliti semoga skripsi ini nantinya bisa bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, berkepentingan, dan dapat menambah wawasan bagi para pembaca serta peneliti selanjutnya.

Surabaya

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1 Ms. Helmamini K.S., Ms. Shree Kala Kurup (2014).....	10
2.1.2 Edwin Sanjaya (2012).....	12
2.1.3 Mohammad Faryabi (2012).....	14
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Penguatan Periklanan.....	18
2.2.2 Ekuitas Merek.....	20
2.2.3 Promosi Penjualan.....	21
2.2.4 Niat Beli.....	23
2.3 Hubungan Variabel.....	24
2.3.1 Hubungan Penguatan Periklanan terhadap Niat Beli.....	24
2.3.2 Hubungan Ekuitas Merek terhadap Niat Beli.....	24
2.3.3 Hubungan Promosi Harga terhadap Niat Beli.....	25
2.4 Kerangka Penelitian.....	25

2.4	Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Rancangan Penelitian.....	27
3.2	Batasan Penelitian.....	28
3.3.	Identifikasi Variabel.....	28
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
	3.4.1 Definisi Operasional.....	28
	3.4.2 Pengukuran Variabel	30
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
	3.5.1 Populasi	31
	3.5.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	32
3.6	Instrumen Penelitian	33
3.7	Data dan Langkah-Langkah Pengumpulan Data	35
	3.7.1 Data.....	35
	3.7.2 Metode Pengumpulan Data	35
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	36
	3.8.1 Uji Validitas.....	36
	3.8.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.9	Teknik Analisis Data.....	37
	3.9.1 Uji Deskriptif.....	37
	3.9.2 Analisis Statistik.....	37
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....		41
4.1	Gambaran Subyek Penelitian	41
	4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
	4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
4.2	Analisis Data.....	43
	4.2.1 Analisi Deskriptif	43
	4.2.1.1 Deskripsi Mengenai Variabel Penguatan Periklanan (X1) ..	44
	4.2.1.2 Deskripsi Mengenaail Variabel Ekuitas Merek (X2).....	45
	4.2.1.3 Deskripsi Mengenai Variabel Promosi Harga (X2).....	45
	4.2.1.4 Deskripsi Mengenai Variabel Niat Beli (Y).....	46
4.3	Analisis Statistik Validitas dan Reliabilitas	47
	4.3.1 Hasil Pengujian Validitas	47
	4.3.2 Hasil Pengujian Reabilitas.....	48
	4.3.3 Hasil Pengujian Regresi Liner Berganda	49
	4.3.4 Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	51

4.3.5 Hasil Pengujian Hipotesis	52
4.4 Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	55
5.3 Saran	56

DAFTAR RUJUKAN
 DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	1.1	Data TBI 2014	6
Tabel	2.1	Perbandingan Penelitian Saat Ini Dengan Penelitian Terdahulu ...	16
Tabel	2.4	Kerangka Penelitian.....	25
Tabel	3.1	Kategori Mean Variabel bebas dan terikat	31
Tabel	3.2	Kisi-kisi Penyusunan Rancangan Kuesioner	33
Tabel	4.1	Kategori Mean Variabel Bebas Dan Terikat	43
Tabel	4.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penguatan Periklanan	44
Tabel	4.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ekuitas Merek	45
Tabel	4.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi Harga.....	46
Tabel	4.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Beli	46
Tabel	4.6	Uji Validitas.....	48
Tabel	4.7	Uji Reliabilitas.....	49
Tabel	4.8	Koefisien Regresi Linier Berganda	49
Tabel	4.9	Koefisien Determinasi Berganda.....	52
Tabel	4.10	Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F)	53
Tabel	4.11	Hasil Analisis Uji Parsial (Uji T)	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Brand Ambassador Charm	5
Gambar 2.1	Kerangkah Pemikiran Ms. Hemamalini K.S (2014)	11
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Edwin Sanjaya (2012)	13
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Mohammad Faryabi (2012).....	15
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 3 : Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Analisis Deskriptif Tanggapan Responden
- Lampiran 5 : Uji Validitas
- Lampiran 6 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 : Uji F (Uji Simultan) dan Uji t (Uji Parsial)
- Lampiran 8 : Jadwal Penulisan Skripsi
- Lampiran 9 : Surat Pernyataan

***THE EFFECT OF ENDORSEMENT, BRAND EQUITY AND
PRICE PROMOTION TO PURCHASE INTENTION
OF CHARM'S PADS IN SURABAYA***

Greda Faradila Sulistiya Utami
STIE Perbanas Surabaya
Email : dila.dilo_93@yahoo.com

ABSTRACT

Advertising by using artist is a form of promotion by the company to attract the attention of consumers and brand equity greatly help the company to better known by consumers. Brand equity is more on how consumers recognize the brand name of the company and became one of the consideration to make a purchase. Promotional pricing is also one of the motivation for consumers in selecting products to be purchased. One of the industries that related to women's needs is the production of sanitary napkins or pads. This study examined the relationship of the strengthening of advertising, brand equity, and promotional pricing on purchase intentions of Charm's pads in Surabaya. Using a population of women who wear Charm's pads in Surabaya. Samples were distributed to 100 respondents by distributing questionnaires, and the sampling technique is using a judgment sample. Overall, the strengthening of advertising, brand equity, and promotional pricing significantly influence the purchase intentions of Charm's pad in Surabaya.

Keywords: *Strengthening of advertising, Endorsement, Brand equity, Price promotion, Purchase intention.*